Revue des Réformes Economiques et Intégration En Economie Mondiale | Vol 13 N°03 Année 2019 EISSN 2600- 6502



تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا

The challenges of tourism development in North African countries

سهام كردودي[1*]، صبيحي شهيناز[2]

[1] جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)،

[2] المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية بالجزائر (الجزائر)،

تاريخ الاستلام: 2018/09/28 ؛ تاريخ المراجعة : 2019/10/16 ؛ تاريخ القبول: 2019/11/21

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى عرض واقع التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا من خلال الوقوف على الإستراتيجية المتبعة في هذه الدول والنتائج التي تم تحقيقها، بالإضافة إلى توضيح أهم التحديات التي تعترض دول شمال إفريقيا في مسيرتها لتنمية القطاع السياحي.

خلصت الدراسة رغم أن قطاع السياحة في دول شمال أفريقيا حظى بالاهتمام ضمن سياسته التنموية فانه لم يحقق النتائج المطلوبة حيث أن الأداء السياحي لهاته الدول ضعيف سواء من حيث استقطاب السياح الوافدين أو من حيث نسبة مساهمته في الناتج المحلي، أو حتى من حيث الإيرادات السياحية والتي تم تتجاوز 2%

الكلمات المفتاحية: التنمية السياحية، الإستراتيجية السياحية، الإيرادات السياحية، تحديات التنمية السياحية، دول شمال إفريقيا.

تصنيف JEL: :JEL Q01, R11 , O55, O12

Abstract

The aim of this study is to present the reality of tourism development in the North Africa's countries through identifying the strategy which is adopted in these countries, and the results that was achieved, in addition to illustrated the most important of the challenges facing the North African countries in their journey to develop the tourism sector .

The study concluded unless the tourism sector in the North Africa countries has received attention as part of its development policy, it didn't achieve the desired results , when the tourist performance of this countries is weak both in the term of attracting foreign tourists or in term of its contribution in the GDP or also in term of tourism revenues that is Exceeding 2%

Keywords: tourism development, tourism strategy, tourism revenue, tourism development challenges, North African countries.

JEL classification : Q01, R11 , O55, O12

---

* المؤلف المراسل: كردودي سهام

تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا، (ص ص: 1 – 18)

مقدمة

لدعم اقتصادها وتحقيق التنمية، صارت السياحة تمثل أهم هذه البدائل، كونها أصبحت من أهم الصناعات في العصر الحديث التي تساهم في حل الكثير من المشكلات الاقتصادية التي يعاني منها عالمنا المعاصر.

وزاد الاهتمام والاعتراف بها من قبل الكثير من الحكومات كونها أهم الصناعات القادرة على تحقيق معدل نمو اقتصادي يفوق العديد من الصناعات الأخرى، وذلك لقدرتها على تنشيط الهيكل الديناميكي اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، فهي تتأثر وتؤثر على نشاط الإنتاج،الاستهلاك، الرحلات، الاتصالات، الموانئ، الفنادق، البنوك، عمليات التجارة الداخلية والخارجية...إلخ. ما يؤدي إلى زيادة الدخل، وزيادة مساهمتها في التنمية الشاملة، وتعزيز فرص العمل، وجذب الاستثمارات، والمساهمة بشكل كبير في إصلاح الاختلال في الميزان التجاري، والإسهام بفعالية في تطوير هذه الميزانيات في الاقتصاديات الدولية.

ومن خلال هذه الدراسة سنحاول التركيز على واقع التنمية السياحة في دول شمال إفريقيا في ظل ما تتمتع به من مقومات مادية وبشرية وبيئية تؤهلها لأن تكون احد أهم مناطق الجذب السياحي في العالم، وما مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد هذه الدول؟ وهل بإمكان دول شمال إفريقيا تنمية السياحة في ظل التحديات التي تواجهها؟

ومن اجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية، اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي للإحاطة بالجوانب النظرية للدراسة وتحليل المعطيات الإحصائية. وذلك من خلال التطرق إلى المحاور التالية:

المحور الأول: مفهوم التنمية السياحية

المحور الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية بدول شمال إفريقيا

المحور الثالث: واقع التنمية السياحية بدول شمال إفريقيا

المحور الرابع: التحديات التي تواجه التنمية السياحية بدول شمال إفريقيا

أولا: مفهوم التنمية السياحية

1.1 تعريف السياحة:

بذلت الكثير من الجهود لتعريف السياحة تعريفاً منضبطا وذلك بسبب تشابك وتعقد الأنشطة المكونة للنشاط السياحي، كما أن مفهوم السياحة تطور مع تطور الأنشطة السياحية وكيفية تطبيقها وبذلك تطورت تعاريفها حسب وجهات نظر مختلفة اقتصادية، اجتماعية، بسيكولوجية، فبعض الباحثين ركز على السياحة كظاهرة اقتصادية واجتماعية وثقافية، ومنهم من اعتبرها على أنها أساس تنمية العلاقات الدولية والإنسانية والثقافية والرياضية...(نعيم الظاهر، سراب إلياس، 2001)[1]، ومنهم من اعتبرها صناعة القرن العشرين أو الصناعة المتداخلة والمركبة أو الصناعة المتكاملة وحتى الصناعة بدون مداخن أو غذاء الروح أو بترول القرن الواحد والعشرين(خالد كواش، 2007)[2]. وفيما يلي نحاول ذكر أهم التعاريف.

ويقول جيرارد جيبيلاتو Gérard Guibilato الخبير والكاتب السويسري المختص في السياحة "إن أول صعوبة لمن يريد دراسة السياحة هو تعريفها"(Gérard Guibilato، 1983)[3]، فالسياحة هي كلمة ذات مفهوم واسع جدا وترتبط بعدد كبير من الأنشطة كالسفر والإيواء والإطعام والترفيه والتنشيط وحب الاطلاع والانتفاع من العوامل الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للأماكن أو البلدان التي يزورها السائح. فتعدد مجالات السياحة وتنوع الأهداف المراد تحقيقها من خلال ممارستها أو تنظيمها يشكلان صعوبة في تحديد مفهوم دقيق وموحد للسياحة.

وأول تعريف للسياحة جاء على يد الألماني جوبير فرويلر Jobert Freuler عام 1905 والذي اعتبرها "بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وثمرة تقدم وسائل النقل"(

محمد منير حجاب، ، 2002)[4]. وقد ركز هذا التعريف على الجوانب الإنسانية والنفسية أما الاقتصادي النمساوي شوليرن فقد عرفها بأنها "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي ترتبط بالتبعية"(ماهر عبد الخالق السيسي ، 2003)[5]، وهذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي بالدرجة الأولى، إلا انه ربط بين السياحة من ناحية والإقامة غير الدائمة وغير المرتبطة بأي سعي للربح المادي من ناحية أخرى.

وحسب جون ميشو وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي عرف السياحة بأنها "نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، اجتماعات، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية ...إلخ"(zoto lq G.P، 1991)[6].

ومن العلماء العرب يعرفها حسين كفافي وهو باحث في الاقتصاد السياحي على أنها "حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد، بغرض الانتقال من مكان إلى آخر، لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات، أو للعلاج والاستشفاء، ليس بغرض العمل والإقامة الدائمة ولا تدخل في السياحة الهجرة من بلد لآخر أو حتى للعمل المؤقت، كذا أعضاء السلك الدبلوماسي"(حسين كفافي ، 1991)[7]. ودقق هذا التعريف أكثر على أسباب التنقل السياحي.

كما قامت المنظمات الدولية والمؤتمرات الدولية العلمية للسياحة بجهود لإعطاء تعريف للسياحة فعلى سبيل المثال: تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما عام 1963 بحيث قرر أن السياحة "هي ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية .وهي تنقسم إلى نوعين: سياحة خارجية وسياحة داخلية"(محي محمد مسعد)[8]. شمل هذا التعريف عدة جوانب، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية، في حين أغفل عن الجانب الاقتصادي للسياحة.

ما يمكن ملاحظته من خلال هذه التعاريف أن هناك اختلاف واضح لتعاريف السياحة، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع جعل المنظمة العالمية للسياحة خلال اجتماعها المنعقد في مارس 1993 تضع تعريف خاص بالسياحة فعرفتها بأنها عبارة عن "نشاط فرد يسافر، ويستقر خارج مكان إقامته الأصلي لفترة لا تزيد عن العام، للترفيه أو العمل التجاري، أو أي غرض من الأغراض التي تلبي رغبات الفرد واحتياجاته"(ناصر عقيل الطيار ، 2006)[9].

وبناءاً على مختلف التعاريف يمكننا القول بان السياحة هي نشاط إنساني يؤدي إلى خلق علاقات بين الإنسان وأخيه الإنسان في نفس المنطقة الجغرافية أو خارجها. ويتضمن التنقل والإقامة المؤقتة بتلك المناطق والتي يسعى من خلالها الزائر أو السائح إلى تلبية حاجاته ورغباته السياحية.

وانطلاقا من هذا التعريف فإن السياحة هي أكثر من صناعة خدماتية بل هي ترابط وتوافق معقد بين صناعات ونشاطات مختلفة تتوزع بين الإرث التاريخي، جمال الطبيعة، المناخ، عادات وتقاليد، الفنادق، النقل، الطعام، ... وكل هذا الترابط مبني على العوامل الأساسية والتي هي الإنسان، الطبيعة والزمن. وهكذا فإن السياحة تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي، البيئي والتكنولوجي. ويتضح لنا أننا نحتاج إلى وجود أشكال جديدة من الأبحاث المتعلقة بالسياحة من اجل فهم هذه الظاهرة التي لا يوجد تعريف محدد لها، حيث أنها تتطور بشكل مستمر وبعيدة كل البعد عن الجمود أو الثبات على شكل بعينه(ستيفن بيج ،2008)[10].

2.1 التنمية السياحية

هناك مفاهيم متعددة للتنمية السياحية يعبر بعضها عن هدف تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية أو عن الزيادة الإنتاجية في القطاع السياحي، بالاستعمال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية ويذهب بعض الكتاب إلى تعريف التنمية السياحية بأنها اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين، وبينما يضع البعض تركيزا على جانب العرض. ويرى الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب أن التنمية السياحية لا يمكن أن تقتصر على تنمية العرض السياحي فقط أو أجزاء منه ببناء فنادق وقرى سياحية تنتشر في مناطق مختلفة، وإنما يجب أن يمتد معنى التنمية السياحية ليشمل تنمية كل من العرض

والطلب لتحقيق التلاقي بينهم لإشباع رغبات السائحين، والوصول إلى أهداف قومية وقطاعية وإقليمية موضوعة سلفًا لتكون معيارا لقياس درجة التنمية السياحية المطلوبة(جليلة حسن حسنين ، 2006)[11].

وفي تعريف أخر للتنمية السياحية يرى أنها عملية تصنيع متكامل حيث تأخذ طابع التصنيع المتكامل، والذي يعني إقامة وتشييد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السياح في أثناء إقامته بها وبالشكل الذي يتلائم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين، وركز هذا التعريف فيما نستطيع تقديمه إلى السياح، وأغفل ذكر تأثير التنمية السياحية في المجتمع المضيف.

وتعرف الدكتورة منال شوقى عبد المعطى التنمية السياحية على أنها: "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة بعضها مع البعض، تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية من إطار طبيعي وإطار حضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط كل ذلك بعناصر مختلفة اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية وتحقيق التوسع في المرونة الواجب توفرها في تضافر القطاعات الإنتاجية المختلفة"(منال شوقي عبد المعطى أحمد 2013)[12]، ويتضح أن هذا التعريف من التعاريف الشاملة لمفهوم التنمية السياحية بمكوناتها وأبعادها كافة.

وعلى الرغم من المفاهيم المختلفة للتنمية السياحية إلا أن التنمية السياحية تظل في أسسها جزء لا يتجزأ من التنمية الاقتصادية، ويفرق الاقتصاديون بين النمو الاقتصادي الذي هو ظاهرة طبيعية تحدث بسبب الزيادة في كميات عناصر الإنتاج أو الزيادة في إنتاجياتها بسبب التقدم الفني أو زيادة كفاءة العمل ... إلخ، والتنمية الاقتصادية حيث أن مفهومها لا يتضمن فقط نمو الناتج الوطني بسبب زيادة كمية وإنتاجية عناصر الإنتاج، وإنما أيضا التغيرات في هيكل النشاط الإنتاجي، وعادة ما تؤدي هذه التغيرات الهيكلية إلى نمو الناتج الوطني، بمعدلات ملحوظة على نحو لا يتحقق بغير هذه التغيرات، وفي إطار هذا المفهوم تتطلب التنمية تكثيف الاهتمام بالقطاعات أو الأنشطة المتميزة التي تنمو أو يمكن أن تنمو مستقبلات بمعدلات مرتفعة نسبيا مما يتطلب إعطاء أولوية للاستثمار والتقدم التقني، في هذه القطاعات أو الأنشطة وإعطاء أولوية لتدريب العمال ومساعدتهم إلى التحول للعمل بها.

فإذا أقمنا التفرقة اللازمة بين مفهوم النمو والتنمية بالنسبة لقطاع السياحة، فإن نمو النشاط السياحي سوف يتحقق طبيعيا تبعا لما يتدفق إليه من عناصر إنتاجية متخصصة، سواء رأسمالية في شكل منشآت سياحية أو بنية أساسية سياحية، أو قوة عمل أو موارد طبيعية، وكذلك تبعا لزيادة إنتاجية هذه العناصر ويلاحظ أن هذا النمو السياحي يؤدي إلى زيادة الدخل المتولد من النشاط السياحي ويعبر –اصطلاح التنمية السياحية– عن مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة ومتشبعة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها البعض، تقوم على محاولة علمية وتطبيقية والوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي الأولية، من إطار طبيعي وإطار حضاري، والمرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم التكنولوجي، وربط كل ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية[13].

ويذهب"دوغلاس بيبرس" إلى أنه يمكن تعريف التنمية السياحية بأنها: "مد أو توسيع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائح" وبلا شك أن التنمية السياحية هي أحد أساليب شتى لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدول عن طريق التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية، والخدمية لإحراز التقدم في أسلوب الحياة ومستوياتها وتحقيق الرخاء للمواطنين ولا يتصور أن يتحقق كل ذلك كهدف نهائي أسمى إلا بتحقيق الأهداف المرحلية في كل قطاع إنتاجي أو خدمي، ومن بين هذه القطاعات، القطاع السياحي فالعمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف في حد ذاته، وفي ذات الوقت هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة فكأن الأهداف في الحقيقة هي حلقات سلسلة متصلة يؤدي تحقيق كل هدف منها إلى هدف آخر يعتبر الهدف الأول له أو وسيلة لتحقيقه.

3.1 أهمية التنمية السياحة:

بحسب الدراسات والمعطيات الاقتصادية الحديثة تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل وتوليدا لفرص العمل وذلك لارتباطها وتأثيرها في عدد كبير من الأنشطة الاقتصادية. حيث تساهم التنمية السياحية في:

تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا، (ص ص: 1 – 18)

1–تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة بدرجة ملموسة في جذب جزء مهم من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة من خلال أنواع التدفقات الأجنبية المحصلة سواء من مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة أو الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول، والإيرادات الأخرى للفنادق من قبل السائحين، إضافة إلى الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، وفروق تحويل العملة، أو من خلال بيع المنتجات الوطنية والسلع والمواد الفولكلورية للسائح.

وتظهر الإحصائيات السياحية الأثر الاقتصادي لها في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي، حيث أن دخل السياحة أصبح يمثل المصدر الأول للعملات الأجنبية لحوالي 38% من دول العالم، ومن أكبر خمس مصادر لبقية الدول(يحي سعيدي ، 2013)[14].

2– تحسين ميزان المدفوعات: السياحة كصناعة تصديرية غير منظورة تساهم في تحسين ميزان المدفوعات، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، وزيادة موارد النقد الأجنبي والمنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة لخلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى

3– توفير مناصب عمل: فالسياحة من أكثر الأنشطة الاقتصادية التي تساهم في استحداث مناصب شغل، لأن التوسع في صناعة السياحة والمشروعات المرتبطة بها يساهم في توفير فرص عمل، إذ أن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرصة عمل جديدة بتشغيل 5.3 شخص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى ومن المعتقد أن السياحة حاليا تخلق 215 مليون وظيفة أي 8.1 % من إجمالي الوظائف في العالم(حمزة درادكه)[15]، مما يخفض من البطالة وبالتالي يؤدي ذلك إلى ارتفاع مستوى الدخل والرفاهية للمجتمع وزيادة معدل نمو إنفاق السواح والتأثير المباشر للسياحة في توفير فرص عمل يكون من القطاع السياحي للقطاعات المرتبطة به(صلاح زين الدين ، 2016)[16].

4– المساهمة في التنمية المحلية والعمرانية: وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في محليات مختلفة، ويساهم هذا في تحقيق نمو متوازن على مستوى الاقتصاد الكلي وفي تحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأقاليم السياحية الأخرى، وحقيقة فإن لا يمكن إغفال الدول الذي لعبته السياحة ولا تزال في تعمير عدد من المناطق غير المأهولة التي يمكن تحويلها إلى مراكز جذب سياحي، وما يرتبط بها من تطوير المطارات ومد شبكات الطرق وهي بلا شك بنية أساسية يمتد تأثيرها إلى تحفيز إقامة مجتمعات عمرانية جديدة ومشروعات صناعية وزراعية، تضاف منتجاتها إلى الناتج الوطني(فضيل حضري، وهيبة بوربعين 2014)[17].

لذلك اعتبرت السياحة أحد العناصر الأساسية للتنمية الشاملة، لأن تنمية السياحة سيؤدي حتما إلى تطوير العديد من الصناعات الأخرى، فهي مؤشر للتنمية الشاملة حيث أن نمو الاستثمارات السياحية من شأنه أن يؤدي إلى الاستغناء عن استيراد الكثير من السلع والخدمات من الخارج والاعتماد على السوق المحلي في التموين والتمويل مستقبلا، كما أن عائد الاستثمار في القطاع السياحي أسرع وأكبر منه في قطاعات أخرى.

أما من **الناحية الاجتماعية**: تشكل السياحة الأساس المتين لتحقيق التنمية الاجتماعية الشاملة والتي تهدف السياحة بدرجة أساسية إلى القضاء على مشكلة الفقر، فالسياحة تساهم مساهمة كبيرة في رفع مستوى معيشة الأفراد والمجتمعات والشعوب وتحسين نمط المعيشية وتنمي الوعي لدى المواطن وشعوره بالانتماء إلي وطنه، وتفتح أفاق جديدة لمزيد من فرص التبادل التجاري، وتبادل الخبرات بين كل من المجتمع المضيف والسائح.

ثانيا: **إستراتيجية التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا**

1.2 إستراتيجية التنمية السياحية في مصر:

شرعت مصر سنة 1997 في وضع إستراتيجية للتنمية السياحية مدتها عشرون سنة أي من 1997 حتى عام 2017، تهدف إلى تطوير البنية الأساسية للبلد والمرافق السياحية، وإنعاش السوق الداخلي وزيادة الدخل السياحي على المستوى القومي وتوفير فرص عمل في القطاع السياحة والخدمات والإنشاءات والمرافق المختلفة المرتبطة بأنشطة السياحة مع تحسين كفاءة العاملين بالقطاع، وذلك من خلال محاور محددة ترتكز على الأسس التالية(وزارة السياحة المصرية)[18]:

1.1.2 تغيير دور القطاع العام السياحي وتكثيف دور القطاع الخاص

وهذا يعنى صياغة دور جديد للقطاع العام يتحول فيه من المالك والمشغل إلى ممارسة دور المخطط والمشجع والميسر، وتعتمد هذه الصياغة لدور القطاع العام على:

- تقديم وسائل متطورة لتكامل وتنسيق الجهود بين الحكومة والقطاع الخاص.
- تحديد أولويات الاستثمار التي تحتاجها عمليات تنفيذ التنمية السياحية .
- تقديم المساعدة الفنية للمستثمرين من القطاع الخاص .
- تقييم المقترحات الخاصة بالتنمية السياحية في إطار المخططات العامة للمناطق السياحية .

2.1.2 تطوير الإطار القانوني والمؤسسي

- مراجعة وتبسيط التشريعات والخطوات الخاصة بعمليات الإستثمار وتخصيص الأراضي والتعاقدات والتصاريح والموافقات الخاصة بالاستثمار في القطاع السياحي .
- وضع المعايير البيئية والفنية اللازمة للخدمات الأساسية (مثل الإمداد بالمياه ومعالجة الصرف الصحي والتخلص من المخلفات الصلبة)، والعمليات المرتبطة بالتشغيل داخل المناطق السياحية .
- تحديث التشريعات الخاصة بتنمية المناطق السياحية، شاملة الجوانب الإدارية والإقتصادية والفنية والبيئية .

3.1.2 إمداد مناطق التنمية بالبنية الأساسية

تعد أهم أهداف الهيئة العامة للتنمية السياحية عدم تحميل ميزانية الدولة بأي أعباء إضافية بالنسبة لتوفير البنية الأساسية للمناطق الجديدة للتنمية السياحية، ومن هذا المنطلق تعمل الهيئة بصفة مستمرة على إيجاد صيغة عملية لتطبيق مفهوم المركز السياحي حيث تقوم الشركة الأم بتوفير مرافق البنية الأساسية للمشروع التنموي على مستوى المركز السياحي واثبات الجدوى الإقتصادية لهذا النمط من المشروعات .

4.1.2 الحفاظ على البيئة

هدف إستراتيجية التنمية السياحية إلى تحقيق تنمية متواصلة والتي ترتكز على التخطيط البيئي، وتتوجه للحفاظ على الموارد الطبيعية التي تشكل رأسمال التنمية السياحية، وتتضمن هذه الإستراتيجية الإجراءات التالية:

- إعداد مخططات استعمالات الأراضى للمناطق ذات الأولوية تتيح تطبيق الأنماط المختلفة للتنمية السياحية .
- إعداد برامج للمتابعة وتقييم الآثار البيئية.

5.1.2 تحديد أولويات التنمية الشاملة

تحديد المناطق ذات الأولوية إستنادا إلى الاعتبارات المتعلقة بالخصائص الطبيعية والمحددات الحالية وإمكانيات التنمية المتواصلة، ولقد تم إعداد تخطيط المناطق ذات الأولوية وذلك لتحقيق:

- إعطاء رؤية للتنمية السياحية المستقبلية ترتكز على تحليل سوق السياحة العالمي والعرض والطلب وفرص الإستثمار.
- صياغة مدخل عقلاني للتنمية يرتكز على احتيار المناطق ذات الأولوية والمواقع ذات الطبيعة الخاصة.
- تحديد أولويات التنفيذ شاملة الإجراءات التنظيمية.
- إعداد مخطط لمناطق ذات الأولوية يرتكز على احتياجات الإستثمار فى البنية الأساسية لدعم الإستثمارات الخاصة في المناطق ذات الأولوية.

وفي ضوء هذه المرتكزات السابقة تم اعتماد المركز السياحي* كوحدة تخطيطية يشمل (المنطقة السياحية، القطاع السياحي، المركز السياحي) حيث تتوفر به كل إمكانات النمو المستقبلي. وقد حددت هده المراكز السياحية بـ 67 مركزا سياحيا يؤطرها عدد من المشروعات قدرت بـ 843 مشروعا، تم تنفيذ طاقة فندقية تقدر بـ 143007 غرفة، وإجمالي وحدات إسكان سياحي 99324 وحدة، كما أن إجمالي الطاقة الفندقية تحت الإنشاء مقدرة بـ 6032 غرفة، وإجمالي وحدات إسكان سياحي تحت الإنشاء 3964 وحدة. أما إجمالي الطاقة المستهدفة بحلول مارس 2017 تقدر ب 381027 غرفة(وزارة السياحة المصرية)[19].

تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا، (ص ص: 1 – 18)

أما مشروعات البنية الأساسية لمراكز التنمية السياحية فقد كان الهدف الرئيسي للهيئة العامة للتنمية السياحية إقامة مراكز للتنمية بالمناطق الساحلية دون تحميل الموازنة العامة للدولة أية أعباء. وتعتبر مرافق البنية الأساسية حجر الزاوية في حركة التنمية بوجه عام والتنمية السياحية بشكل خاص، فقد تمت انجازات عديدة ومن أهمها:

الطرق: فقد تم تنفيذ 878.02 كلم طرق رئيسية وفرعية.

الكهرباء تم تنفيذ محطات توليد للطاقة تنتج 380ميقا.

المياه: تم تنفيذ محطات تحلية بطاقة 193240 م مكعب/ يوم.

الصرف الصحي: تم تنفيذ محطات معالجة بطاقة 113795م مكعب/ يوم

وقد شملت هذه التهيئة المراكز المحددة بقطاعات التنمية التالية (البحر الأحمر، سيناء، العين السخنة، الساحل الشمالي الغربي)[20].

2.2 إستراتيجية التنمية السياحية في تونس:

نظرا لما يحتله قطاع السياحة من مكانة في القطاعات التونسية، وضعت الحكومة التونسية إستراتيجية تقوم على المحاور التالية(رشام كهينة، قاسمي آسيا ، 2010) :[21]

1.2.2 تعزيز موقع تونس في الأسواق الأوربية التقليدية بسياسة أكثر حرص على احتلال أسواق جديدة

(دول الخليج، الصين، اليابان، ...) وذلك عن طريق إنشاء مرصد لجمع وتحليل المعطيات الخاصة بالقطاع السياحي (طلبات–عروض–المداخيل –التشغيل)، ثم القيام إثر ذلك بدراسات وإحصائيات للإحاطة بالقطاع مع متابعة تطورات وتحولات الأسواق الخارجية؛

- إنشاء صندوق القدرة التنافسية الذي يموله أصحاب النزل يضاف مدخوله إلى الميزانية التي تخصصها الدولة سنويا للتسويق قصد تدعيم وتنويع المنتوج السياحي لدى الأسواق الكبرى؛
- إحداث لجنة وطنية للسياحة برئاسة الوزير الأول مكلفة خاصة بتحديد الأولويات وتنسيق تطوير السياحة التونسية والنهوض بها في المناطق السياحية وفي الأسواق المصدرة للسياح (الأمر عدد 1231- 200- الصادر في 9 جوان 2003م)؛
- التكنولوجيات الحديثة وخاصة السياحة الالكترونية التي تعرض برنامجا متميزا واضحا للنهوض بالمنتوج السياحي؛

ومن أجل ذلك تم خلال سنة 2007 تنشيط الموقع الرسمي للسياحة الذي تحول إلى بوابة يجمع بين وزارة السياحة والجمعية التونسية لأصحاب النزل والجمعية التونسية لوكالات الأسفار وأهم منشطي القطاع، وتهتم البوابة خاصة بتوزيع أقصى المعلومات عن السياحة التونسية كما يشكل مركزية للحجز مفتوحة على مختلف العوامل (وكالة أسفار، أصحاب نزل).

2.2.2 تنويع المنتوج للحد من المظهر الموسمي الذي يطبع القطاع السياحي وذلك بـ:

- إنشاء محطات سياحية مندمجة على ساحل البحر تعرض منتوجا متنوعا يكمل منتوج السياحة البحرية المتوفرة حاليا؛
- النهوض بالسياحة الثقافية وذلك بإحياء المواقع الأركيولوجية الموجودة والتي أصبحت شاهدا على مختلف الحضارات التي تعاقبت على تونس (بونيقية، رومانية، إسلامية،...)
- تنمية السياحة البيئية (منتزهات وطنية، محميات طبيعية...) السياحة الترفيهية، السياحة الإستشفائية سياحة المناسبات، السياحة الشاطئية، سياحة الملتقيات.

3.2.2 تدعيم السياسة الرامية إلى تحسين وتجميل المحيط بالمناطق السياحية الموجودة ب:

- بعث صندوق حماية المناطق السياحية ممول من طرف مهنيي القطاع بنسبة 1% من رقم معاملاتهم ومعد لتمويل أشغال التهيئة العمرانية والتشجير الرامي إلى حماية المحيط وإثرائه؛
- التعاون المتناغم بين الهياكل الساهرة على تسيير القطاع السياحي والهياكل المكلفة بالمحيط والتهيئة الترابية.

4.2.2 اعتماد سياسة مشجعة على الاستثمارات السياحية ومعززة لديناميكية تحررية، ومدعمة لتفتح الاقتصاد التونسي على الخارج ومن خاصيات هذه السياسة:

- حرية الاستثمار :بإمكان المستثمر إمتلاك رأس مال المشاريع السياحية إلى حدود 100% بدون ترخيص مسبق.
- حماية الإستثمار وعدم الخضوع للأداء المزدوج في إطار المعاهدات الثنائية الموقعة بين الحكومة التونسية والدولة التي ينتسب إليها المستثمر.

5.2.2 إرساء أنظمة تضمن النوعية الكاملة للمنتوج التونسي حيث:

- يهتم النظام الأول بتصنيف النزل؛
- يهتم النظام الثاني بالتأهيل ويشمل البرنامج المقرر لسنة 2005 خمسة وأربعين نزلا يحتوي على 22000سرير؛
- ويهتم النظام الثالث بالمواصفات وتسليم الشهائد، وقد تمت دعوة المركز الأوروبي للمواصفات في هذا المجال لتمكين المؤسستين من المعايير والضوابط الأوروبية لأخذها بعين الاعتبار ومطابقتها مع المواصفات التونسية.

3.2 إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب:

كان رهان السلطات المغربية كبيرا على تطوير القطاع السياحي من خلال مشاريع وبرامج المخططات التنموية للنهوض بالقطاع وجعله رافعة للتنمية، لكن الحصيلة كانت في أغلب الأحيان دون التوقعات بسبب ضعف البرامج وعدم الالتزام بها أحيانا وسوء تنفيذها أحيانا أخرى، وذلك راجع لاقتصار هذه المخططات على مشاريع مكلفة دون دراسة توقعية لآفاقها المستقبلية والدولية، مما أفرز استثمارات كبرى بالسواحل الشاطئية المعروفة (طنجة ، تطوان، الحسيمة، اكادير) هذا بالرغم من المؤهلات الحضارية والطبيعية التي تحظى بها باقي المناطق المغربية، وهو ما تسبب في فجوة التنمية بين مختلف مناطق البلاد.

كما أن الأولوية التي أعطيت للقطاع بقيت نظرية ، حيث لم توضع الوسائل والإمكانيات الكافية لتطوير القطاع سواء على المستوى المالي أو البشري أو المادي ... فغياب الإمكانيات أدى إلى إحباط كل الاستراتيجيات المرسومة للقطاع السياحي، ولم تتعدى نسبة تنفيذ هذه المخططات في أحسن الأحوال 40% (– Abdelhadi alami 2004)[22].

ومع بداية سنة 2000 عملت الدولة على وضع مخطط استراتيجي جديد وهو المخطط الأزرق[23] (رؤية 2010/2000) الذي جاء بتوجهات جديدة لتحديث القطاع وكان الهدف الرئيسي هو جلب 10 مليون سائح إلى جانب جلب العملة الصعبة التي تم توقعها في 480 مليار درهم نهاية سنة 2010 وإحداث حوالي 600 ألف منصب شغل للمغاربة بصفة مباشرة وغير مباشرة (لخساف منى، 2003)[24].

أما عن أهم مرتكزات هذه الرؤية فقد تجلت في خلق ثقافة تدبيريه تشاركية بين القطاع العام والخاص في إطار برنامج تعاقدي يسعى إلى تحفيز الاستثمار والإنعاش السياحي، وخلق أوراش كبرى من شأنها دعم التنمية المستدامة وجعل المغرب في مصاف الدول السياحية الرائدة، ومن ضمن الأوراش الكبرى (خلق محطات سياحية جديدة في إطار ما يسمى بالمخطط الأزرق، تطوير المنتوج الثقافي والشاطئي والقروي، تحسين النقل البري، النقل الجوي، التسويق، الإنعاش والتواصل، دعم الطاقة الإيوائية والبنية التحتية السياحية...)، كما تضمن المخطط تدابير موازية تشريعية وقانونية ومؤسساتية ومالية وجبائية للنهوض بالقطاع.

وقد حاولت الحكومة المغربية من خلال هذا المخطط التخفيف من حدة الإختلالات وسوء التدبير وإرساء حكامة جيدة للقطاع لكن بالرغم من ذلك لم تحقق الأهداف المرجوة منها، وكانت النتائج متوسطة بالنظر أيضا للإكراهات التي ظل يتخبط فيها القطاع. فمشاريع المخطط الأزرق مثلا التي كانت من بين الأوراش الكبرى في المخطط بالرغم من مرور أزيد من 10 سنوات على البدء في انجاز المحطات الساحلية الست، تم الاقتصار على إحداث ثلاث محطات سياحية وهي السعيدية ومازاكان بالجديدة ومحطة موكادور بالصويرة، أما باقي المحطات المبرمجة في المخطط الأزرق فلا زالت تعرف تعثرا في إنجاز وتيرة الأشغال، مما جعل برمجة استكمال هذه المحطات يدخل في إطار رؤية 2020/2010.

وبعد انتهاء رؤية 2010/2000 تم الشروع في وضع رؤية جديدة في إطار استمرارية تنمية القطاع السياحي وهي رؤية 2020/2010 وحسب المخططين لهذه الإستراتيجية، فهذه الأخيرة تبرز الخيار الاستراتيجي للدولة والفاعلين الاقتصاديين وجعل السياحة من الأولويات للنهوض بالتنمية والتهيئة الترابية، أما عن أهم خطوطها العريضة (المملكة المغربية، وزارة الاقتصاد والمالية، الإستراتيجية السياحية) [25]:

تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا، (ص ص: 1 – 18)

- استحداث ستة وجهات سياحية جديدة.
- استقطاب حوالي 20 مليون سائح في أفق سنة 2020.
- مضاعفة حجم القطاع وطاقته الاستيعابية مع إنشاء 200.000 سرير جديد.
- خلق 470.000 ألف منصب شغل خلال فترة 2020/2011.
- مضاعفة المداخيل السياحية لتصل إلى 140 مليار درهم سنة 2020.
- وتعتزم أيضا دمقرطة السياحة في البلاد ومضاعفة رحلات السكان المحليين ثلاث مرات.

واستند المخطط الجديد على محورين أساسيين لتطوير القطاع يتمثل الأول في تدعيم وتثمين الشراكة بين القطاعين العام والخاص ، والثاني في إدراج مفهوم جديد يكمن في التنمية الجهوية المستدامة. ولتسهيل الحصول على الموارد المالية أنشأت الدولة الصندوق المغربي للتنمية السياحية[26]، وبموازاة ذلك سيتم وضع تحفيزات لدعم الاستثمار والسياحة حيث سيتم توجيهها نحو المناطق الأقل نموا، وكذا نحو فرص جديدة للتنمية، وسيتم إنشاء مراكز للتميز في التكوين في كل منطقة لضمان ملائمة التكوين مع متطلبات سوق العمل. وستتمخض هذه المراكز عن شراكة بين القطاعين العام والخاص.

وهكذا نرى أن السلطات العمومية قد راهنت من خلال المخططات السياحية وخاصة مخططي 2010 و2020 على تنمية السياحة بالمغرب

4.2 إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر:

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2030 (SDAT) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الاجتماعي و الاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة.

حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي (Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme)[27]:

1- جعل السياحة احد محركات التنمية الاقتصادية من خلال ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات وذلك بتنويع العرض السياحي من خلال تطوير المنتجات السياحية.

2- تحسين صورة الجزائر السياحية وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز باتباع سياسة ترويجية تعتمد على إقامة المهرجانات وكذا المشاركة في المهرجانات والمعارض الدولية الدولية.

3- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى كالنقل والبناء، الأشغال العمومية، الفلاحة، الصناعات التقليدية... إلخ، في إطار المقاربة التي تدمج مختلف المتعاملين الخواص وطنيين كانوا أم أجانب.

4- التوفيق بين ترقية السياحة وحماية البيئة.

5- تثمين التراث التاريخي والثقافي والديني من خلال احترام التنوع الثقافي والمشاركة في التنمية المحلية.

يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات[28]:

1- مخطط الجزائر كوجهة سياحية: في إطار إستراتيجية تسويق فعالة للسياحة الجزائرية ترمي سياسة تنمية وترقية السياحة آفاق 2030 إلى تصحيح صورة الجزائر السياحية وإبعاد مظاهر اللاأمن والفوضى والانغلاق من ذهن السائح الأجنبي وذلك بإظهار الوجه الآخر للجزائر والإشهار بالمغريات السياحية الأساسية.

2- الأقطاب السياحية ذات الامتياز: تعتبر الأقطاب السياحية للامتياز من بين أهم الديناميكيات الرئيسية التي تركز عليها سياسة التنمية السياحية بالجزائر، وتهدف إلى بروز أقطاب سياحية قوية نموذجية معترف بها في السوق السياحي العالمي، وهذا من خلال الربط بين الثلاثية: الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي والتي من خلالها يتم تحقيق تنمية سياحية بشكل تدريجي ليشمل كافة التراب الوطني.

3– مخطط الجودة السياحية: تعد الجودة السياحية مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبرى، فهي الفلسفة التي جعلت مخطط التهيئة السياحية يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني والذي يعاني الكثير من النقائص والتي يعكسها تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الصادر بعنوان "الأسفار والسياحة تقرير التنافسية 2009" عن تنافسية قطاع السياحة والذي احتلت الجزائر فيه المرتبة 115 من 133 دولة شملها التصنيف.

وتهدف سياسة التنمية السياحية الجزائرية من خلال هذا المخطط إلى الارتكاز على التكوين والتعليم من خلال رفع مستوى الاحترافية، التربية، والانفتاح وإدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم.

4– مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص: إن التنمية السياحية لا يمكن أن تتحقق إلا بالتعاون الفعال بين القطاعين العمومي والخاص عن طريق تقسيم الموارد الأخطار والأرباح، فالدولة والجماعات المحلية تلعب دورا مهما في التنمية السياحية خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما تسهر على الحفاظ النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي ويثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه. وهدف الدولة من خلال هذا المخطط هو إشراك جميع الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج والتوزيع للمنتج السياحي باعتبار أن التنمية السياحية تقوم على البعد التواصلي بين العديد من القطاعات، ومن اجل جعل المنتج السياحي الجزائري نوعي وأكثر جاذبية وتنافسية.

5– مخطط تمويل السياحة: ومن خلال هذه الآلية يتم تسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية، وهي هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات التي سوف تسمح بمرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع في اتخاذ القرار وتقليل المخاطر، بالإضافة إلى تسهيل منح القروض والحسومات وتمديد مدة القروض.

من خلال هذه الديناميكيات العملية ولتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، فسياسة التنمية السياحية الجزائرية تقوم بدعم التفاعل البناء بين الفاعلين الثلاث في التنمية السياحية (أبركان فؤاد 2010)[29]:

أ– الدولة: التي تعد السياسة على المستوى الوطني، ثم الجماعات المحلية تنفذ على الصعيد المحلي والجهوي، فالدولة تبقى محرك التنمية عن طريق خلق مناخ سياسي قانوني مشجع، بالإضافة إلى التنمية من اجل ترقية وجهة الجزائر.

ب– الفاعلين الإقتصاديين: الذين لهم مشايع سياحية ويملكون الموارد لخلق باب واسع للتشغيل.

ج– المجتمع: الذي يسهل التفاعل السياسي الاجتماعي بالمساهمة في النشاطات السياحية، وفي تطوير ثقافة سياحية مبنية على التواصل بالجانب الحضاري المتأصل، ويساهم المجتمع كذلك في التشكيل النهائي للمشاريع السياحية المحددة في مختلف الأقطاب الإمتياز السياحي.

ثالثا: واقع التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا

1.3 التدفقات البشرية:

الجدول رقم(01): تدفقات السياح في دول شمال إفريقيا مابين 2010–2016 الوحدة: مليون سائح

السنة / البلد	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الجزائر	2.070	2.395	2.634	2.733	2.301	1.710	2.443
مصر	14.731	9.845	11.532	9.464	9.878	9.139	5.258
تونس	6.902	4.785	5.950	6.269	7.163	5.359	5.724
المغرب	9.288	9.342	9.375	10.046	10.283	10.177	10.331
دول شمال افريقيا	32.991	26.367	29.491	28.512	29.625	26.285	23.756
الدول العربية	100.280	88.127	90.418	89.257	94.076	73.609	72.183
العالم	949 مليون سائح	995 مليون سائح	1.035 مليار سائح	1.087 مليار سائح	1.133 مليار سائح	1.189 مليار سائح	1.235 مليار سائح

Source: -World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 ,p04
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017,algeria, p5

من خلال الجدول نلاحظ أن توافد السياح ما بين 2010 و 2016 عرفت انخفاض شديد في دول شمال إفريقيا، حيث بلغ عدد السياح في دول شمال إفريقيا ما يقارب 23.756 مليون سائح من مجموع 72.183 مليون سائح في الدول العربية سنة 2016. فنجد أن عدد السياح الوافدين إلى مصر انخفض بدرجة

كبيرة من 14.73 مليون سائح في 2010 إلى 5.25 مليون سائح في 2016، في حين أن تونس انخفض من 6.90 مليون سائح في 2010 إلى 5.25 مليون سائح في 2016. وذلك بسبب عدم استقرار الأوضاع السياسية والأمنية في هذه الدول، باعتبار أن القطاع السياحي أكثر حساسية من القطاعات الاقتصادية الأخرى لهذا النوع من الأحداث.

وعلى العكس من ذلك نجد أن المغرب شهدت ارتفاع في عدد السياح حيث كانت تبلغ في 2010 ما يقارب 9.28 مليون سائح، وفي 2016 قدرت بحوالي 10.33 مليون سائح. في حين لم يتجاوز عدد السياح الوافدين في الجزائر من 2010 إلى 2017، 2.7 مليون سائح. وهو ما يبين انخفاض مستوى الطلب السياحي لدول شمال افريقيا رغم ما تتوفر عليه هذه الدول من إمكانيات ومقومات سياحية كبيرة.

2– الإيرادات السياحية: المؤشر الأول الذي يؤكد على أهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية هو حجم الإيرادات السياحية التي تقدمها السياحة إلى اقتصاد البلد السياحي، والتي تعمل من خلال عوائدها على توفير العملة الصعبة، والتي ينجم عنها تحسين المستوى المعيشي ودعم التنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي. والجدول التالي يوضح تطور الإيرادات السياحية في شمال افريقيا من 2010 إلى 2016.

الجدول رقم(02): الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا ما بين 2010–2017 الوحدة: مليون دولار

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الجزائر	219	209	217	350	204	308	358
مصر	12.528	8.707	9.940	6.047	7.208	6.065	2.645
تونس	2.645	1.914	2.227	2.191	2.359	1.381	1.239
المغرب	6.703	7.281	6.703	6.854	7.379	6.263	6.548
دول شمال افريقيا	22.095	18.111	19.087	15.442	17.150	14.017	10.790
الدول العربية	68.413	57.388	61.228	56.479	59.871	67.1	66.7
العالم	927 مليون دولار	1.042 مليار دولار	1.075 مليار دولار	1.197 مليار دولار	1.245 مليار دولار	1.196 مليار دولار	1.220 مليار دولار

Source: -World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition , p05.
- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2014 Edition, p05.

من خلال الجدول يتضح أن حصة الإيرادات السياحية ضعيفة جدا بدول شمال إفريقيا، حيث بلغت قيمة الإيرادات سنة 2016 حوالي 10.790 مليون دولار، من الجدول أعلاه نجد أن حجم الإيرادات السياحية في العالم بلغ 1.22 تريليون دولار سنة 2016 وهذه الإحصائيات تأشر على الأهمية الكبيرة لهذه الصناعة في الاقتصاد العالمي بينما حجم الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا في نفس السنة أكثر من 10 مليار دولار بانخفاض قدره 12 مليار دولار عن سنة 2010، وتمثل الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا 28.21% من الإيرادات السياحية الإجمالية للدول العربية أي أن هذه الدول الأربعة تساهم بأكثر من أربع الإيرادات السياحية للدول العربية مما يعزز أهمية هذه الدول جلب السواح للمنطقة العربية.

والملاحظ أيضا أن الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا مرت تقريبا بنفس المراحل التي مر بها الطلب السياحي على هذا الإقليم، حيث انعكست أيضا الأحداث السياسية وعدم الاستقرار الأمني في المنطقة العربية سلبا على حجم الإيرادات خاصة سنة 2011 و 2015، حيث تراجعت الإيرادات في هذه السنة مقارنة بسنة 2010 من 2.6 مليار دولار إلى 1.2 مليار دولار بالنسبة لدولة تونس ومن 12.5 مليار دولار إلى 2.6 مليار دولار بالنسبة لمصر.

أما عن ترتيب دول شمال إفريقيا من حيث المساهمة في الإيرادات السياحية فنجد المغرب تحتل الريادة نفس ما لمسناه في ترتيب الدول من حيث السياحة الوافدة والذي تصدرته كذلك المغرب، وتساهم المغرب بـ 60.74% من حجم الإيرادات بينما تساهم مصر 24.29% وبفارق عن مصر وتونس 11.21%، في حين نجد الجزائر تساهم بنسبة منخفضة جدا تقدر بـ 2.80% من حجم الإيرادات السياحية الإجمالية لدول شمال إفريقيا.

ونرجع التباين أو الاختلاف الملاحظ في ترتيب دول شمال إفريقيا من حيث السياحة الوافدة عن ترتيب هذه الدول بالنسبة إلى الإيرادات السياحية إلى عدة أسباب منها (راتول محمد , 2017)[30]:

– الاختلاف في الأنظمة الإحصائية بين دول شمال إفريقيا حيث أن كيفية حساب وإحصاء عدد السواح في هذه الدول تختلف من دولة إلى أخرى بسبب اختلاف الأسواق السياحية المستهدفة من طرف شمال إفريقيا، فنجد مثلا مصر معظم السواح هم من الشرق الأوسط بينما المغرب العربي معظمهم من الدول الأوروبية.

- اختلاف نوعية السياحة في حد ذاتها، فهناك دول تتميز بالسياحة البيئية خاصة دول المغرب العربي بينما تتميز السياحة في مصر بالسياحة البعيدة والتي غالبها للبحث في الآثار من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة.
- الاختلاف في مدة إقامة السائح من دولة إلى أخرى بالنسبة لدول شمال افريقيا، فنجد مثلا الجزائر اقل الدول من حيث الليالي التي يقيمها السائح مما يبرر إنفاقه المنخفض عكس باقي الدول الأخرى.

كما أن هناك العديد من الأسباب الأخرى التي تبرر هذا التباين كالاختلاف في جودة الخدمات السياحية وأيضا مدى تقارب الخدمات الأساسية للسياحة مع الخدمات المكملة، بالإضافة إلى الاختلاف في أسعار الصرف للعملات مقارنة بالعملات الأجنبية.

3– المساهمة في الناتج المحلي: أما بالنسبة للمؤشر الثاني والمتمثل في مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، فيمكن توضيحه من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم(03): مساهمة السياحة في الناتج المحلي بدول شمال إفريقيا ما بين 2011–2017

السنة	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الجزائر	%0.7	%4.4	%10.0	%2.6	%9.7	%6.5	%0.4
مصر	%27.3-	%2.1-	%20.7-	%10.2	%4.8-	%16.1-	%2.5
تونس	%24.0-	%16.7	%0.8-	%6.2	%23.5-	%6.6	%2.5
المغرب	%7.3	%0.6	%4.1-	%5.7	%2.4	%1.1	%4.1
د. ش. إفريقيا	/	/	%3.6	%3.4	%3.7	%4.4	%2.6
العالم	%1.92	%1.99	%2.08	%2.16	%2.23	%3.1	%3.8

Source : world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017

من خلال الجدول يتضح أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تشهد تذبذبا خلال السنوات الأخيرة ولم تتجاوز 4.4% كحد أقصى وذلك سنة 2016، ويعود ذلك للهجمات الإرهابية وتدهور الأوضاع الأمنية مما انعكس على توافد السياح وبالتالي انخفاض نسبة المساهمة في الناتج المحلي.

حيث نجد في مصر وتونس نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي ضعيفة وذلك منذ 2011 أي بدأ ثورات الربيع العربي. واعتبرت مصر هي المتضرر الأول من من الأزمة حيث انخفضت مساهمة السياحة في عام 2011 إلى –27.3%، وظل يشهد انخفاض إلى غاية 2016 حيث بلغ –16.1%. وهو يعتبر ضربة للاقتصاد المصري المثقل بالديون البالغة (98% من الناتج المحلي الإجمالي) إضافة اتساع عجز الحساب الجاري بنسبة 37.5% في 2015.
وبالنسبة لتونس نلاحظ أن الأوضاع مشابة لما يحدث في مصر حيث أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي منخفضة، حيث قدرت ب –24.0% في 2011 ثم ارتفعت في 2012 وبلغت 16.7% لكن سرعان ما انخفضت في 2015 إلى –23.5% وذلك بسبب الهجمات الإرهابية على السياح عام 2015 حيث قتل 38 من المصطافين في منتجع سوسة في جوان، كما قتل 23 شخصا في هجوم على متحف باردو في تونس في مارس 2015، ما أدى إلى انخفاض تدفق السائحين بنسبة 18.7% في نفس السنة.
أما في المغرب فنسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي فهي أحسن من دول السابقة لكن رغم ذلك تبقى منخفضة ومتذبذبة. حيث قدرت نسبة المساهمة في 2011 بحوالي 7.3% لكن نتيجة الموقع الجيوسياسي غير المستقر السائد في المنطقة انخفضت النسبة إلى 1.1% في 2016.
وفيما يخص الجزائر فنجد أن نسبة مساهمة السياحة دائما كانت ضعيفة ومرد ذلك إلى عدم تنمية القطاع منذ الاستقلال، بالإضافة إلى الأوضاع والتوترات التي تحدث في المنطقة.

4– المساهمة في التشغيل: تعمل السياحة على خلق فرص عمل جديدة سواء بطرق مباشرة أو غير مباشرة، مما يؤدي إلى تخفيف مشكلة البطالة في كثير من الأحيان، ويعمل لو ببطء على تحسين مستوى الرفاهية الاقتصادية إضافة إلى ما يلي:

- توفير فرص عمل جديدة وبالتالي زيادة المداخيل الفردية
- تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة، وتوفير فرص عمل كثيرة خاصة للنساء. والجدول التالي يوضح عدد مناصب العمل الجديدة التي ساهمت فيها السياحة بصفة مباشرة وبصفة عامة من سنة 2011 إلى 2017.

الجدول رقم(04): مساهمة السياحة في التشغيل بدول شمال إفريقيا مابين 2011– 2017 الوحدة: ألف منصب شغل

السنة	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الجزائر	266.6	292.2	321.9	302.4	326.4	346.7	346.9
مصر	1.162.3	1.173.5	931.6	1.014.6	964.5	773.0	708.0
تونس	226.9	265.0	258.8	278.4	207.8	206.4	210.5
المغرب	866.1	840.3	794.4	819.6	811.6	819.0	818.2
د.ش. إفريقيا (مليون)	2.481	2.571	2.306	2.415	2.310	2.145	2.083

العالم (مليون)	98.74	101.19	103.09	105.35	107.83	109.86	-

Source : world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة بصفة مباشرة في شمال افريقيا ضعيفة من حيث قدرته على توفير مناصب العمل مقارنة بالمناصب التي يوفرها في العالم، حيث قدرت نسبة المساهمة بداية من 2011 بحوالي 2.481 مليون مقابل 98.74 مليون على مستوى العالم. كما نجد ان هذه القيمة انخفضت اكثر في 2016 حيث بلغت حوالي 2.148 أي 4.0%.

رابعا: التحديات التي تواجه التنمية السياحية بدول شمال افريقيا

تعتبر السياحة من أهم مصادر الدخل الوطني، كما تساهم في بصفة مباشرة وغير مباشرة في التشغيل، لكن نجدها في دول شمال إفريقيا وفي السنوات الأخيرة تواجه العديد من التحديات، والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

1- **تحدي خاص بالتخطيط السياحي**:

والمتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك ان توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجدب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية، فالنظام الإحصائي في دول شمال افريقيا وخصوصا بالجزائر يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعا على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للقائمين بالتخطيط في المجال السياحي مثل: توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (برا أو بحر، أو جوا)، الغرض من القدوم، أماكن إقامة السياح (المدن- المصايف- الفنادق- الشقق...)، الأماكن التي يزورها السائح، تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم، تصنيف السياح في الرحلات السريعة او الترانزيت على حسب الجنسية والمدة، استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

إن توفر هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى، وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة. كما أن معرفة عدد السياح موزعا طبقا لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد.

بالإضافة إلى ذلك فإن عدم توفر كتيبات إرشادية وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة، وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي، تعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

2- تحديات خاصة بعدم فعالية وضعف التسويق السياحي:

يقوم التسويق السياحي الجيد بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي المميز من خلال الدعاية والإعلان يكون أمرا ضروريا بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بان المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة (اديب برهوم 2007)[31].

وقد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في مصر وتونس والجزائر، ولكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخليا وخارجيا، وهو ما أثر سلبا على السياحة.

إذ في تصريح لسائح كويتي للجزائر في أحد القنوات التلفزيونية والذي زار عديد المدن والمناطق السياحية في الجزائر، بأن المعلومات التي كان يتلقاها حول الجزائر قبل زيارته كلها سلبية، قائمة على تسويد صورة الجزائر، إلا أنه لما زار أغلب المدن وجد الأمور تختلف من كل النواحي، سواء على مستوى الوضع الأمني، أو التقاليد الموجودة، ذهنية المجتمع الجزائري، البنية التحتية، التي يرى بأنها جد إيجابية، يردف ويقول أنه يرجع اللوم في هذا لغياب الإعلام والترويج السياحي

للجزائر[32]. وعلى هذا تبقى آلية التسويق السياحي نقطة ضعف التنمية السياحية، وهذا بالنظر إلى كونها تفتقر لآلية إيصال المعلومة للجمهور المستهدف، سواء في الداخل أو في الخارج.

3–ضعف البنية التحتية:

إن ضعف نوعية النقل والمواصلات من خلال عدم قدرتها على خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، زادت حدة من خلال إضافة التسعيرة المبالغ فيها مقارنة مع الممارسات الدولية، وسوء الربط الجوي باتجاه الجنوب يضاف إليه عدم التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة باتجاه الخارج. بالإضافة إلى عدم وجود بنوك وخدمات مالية متكيفة، وضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياح، وقوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح للخارج ، وتعارض طريقة تمويل الاستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الاستثمار السياحي[33].

4–تحدي متعلق بسلوكيات أفراد المجتمع مع السائحين:

نجد في مجتمعات الدول العربية ودول شمال إفريقيا خاصة انتشار لبعض السلوكيات والتي تؤثر بدرجة كبيرة في القطاع السياحي لهذه الدول، حيث نجد ان طبقة كبيرة من الافراد في هذه المجتمعات تفتقد للوعي بطريقة التعامل الصحيحة مع السائحين، حيث نجدهم يتعاملون معهم من باب الاستغلال المادي، وأحيانا المضايقات من الفئات مثل المتسولين.

أما بالنظر إلى معتقدات المجتمع الجزائري وقيمه نجد أنه ينظر إلى بعض المهن على أنها أقل قيمة، كتلك التي تعتمد على المجاملات التي هي أساس الخدمات السياحية، وخاصة ما يتعلق منها بخدمات الضيافة (الاستقبال والضيافة)، أو تلك المرتبطة بالصناعات التقليدية والحرفية، ونقص الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري يجعله أيضا لا يفرق بين السائح والضيف، فمنهم من ينظر إلى السائح على أساس أنه ضيف مما يستدعي التكفل به من حيث مصاريف تحركاته وتنقلاته واستهلاكه، فعوض أن تستفيد السياحة الجزائرية من مداخيل بالعملة الصعبة من السياح الأجانب، فتكون مداخيلها من الاستهلاكيات المحلية وبالعملة الوطنية (حبة نجوى 2010) [34].

5– إهمال المناطق السياحية الأثرية والمرافق المحيطة:

لا شك أن نظافة الشارع وعلى الأخص المنطقة السياحية أو الأثرية تعتبر عامل هام للجذب السياحي، حيث تعاني بعض المناطق الأثرية في دول شمال إفريقيا كالجزائر ومصر وتونس من الإهمال وعدم نظافتها، وانتشار الباعة الجوالين والمتسولين وعدم تحسين المظهر الجمالي للمناطق السياحية، وعدم انتظام حركة المرور... وغيرها يعطي صورة سيئة، كما أنها تسبب ضيق للسائح حيث أن السائح يحب التجوال بحرية في المكان الذي يزوره. ولن أبالغ إذا ما قلت أن السائح يهتم بجمال المكان وجودة المرافق المتاحة جنبا إلى جنب مع عراقة وأصالة المعالم الأثرية.

كما أن الفساد الإداري المتوغل في الإدارة السياحية والجهات المعنية بالرقابة على المنشآت والفنادق السياحية يرتب تقديم مرافق وأماكن إقامة وخدمات سياحية غير لائقة وغير مطابقة للمواصفات القياسية، بما يؤثر سلبا على السياحة في دول المنطقة.

6– عدم الاستقرار السياسي والأمني:

حيث يلعب الاستقرار السياسي دورا مهما وذا أثر فعلي على توافد الاستثمارات السياحية، ومنذ ثورات الربيع العربي وعدم استقرار الأوضاع في المنطقة، بالإضافة إلى الهجمات الإرهابية، كلها أسباب أثرت سلبا على صورة دول شمال، مما أدى إلى تجنب المستثمرون الأجانب يتجنبون الاستثمار فيها.

خاتمة:

يمكن القول في الأخير أنه على الرغم من مقومات القطاع السياحي التي تزخر بها دول شمال إفريقيا(مصر، تونس، الجزائر، المغرب) إلا أن القطاع السياحي بها لا زال متفاوت بحيث أن الجزائر لازالت متأخرة في هذا النشاط الاقتصادي الهام والذي يعتبر كمورد حيوي للمداخيل بالمقارنة مع مصر وتونس و المغرب اللواتي حققوا تقدما ملحوظا فيه.

لكن رغم ذلك فالأداء السياحي لهاته الدول ضعيف سواء من حيث استقطاب السياح الوافدين أو من حيث نسبة مساهمته في الناتج المحلي، أو حتى من حيث الإيرادات السياحية . ومرد ذلك بالدرجة الأولى إلى الأحداث السياسية وعدم الاستقرار الأمني في بعض دول المنطقة والذي انعكس سلبا على كل دول المنطقة من جهة، ومن جهة أخرى مشكلة التخطيط والترويج للمنتوج السياحي وعدم استعمال المقومات السياحية كنقطة قوة لتصميم استراتيجيات سياحية طويلة المدى وواضحة الأهداف، لهذا يجب إعادة النظر في السياسات المنتهجة في المجال السياحي، ووضع استراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق التميز في هذا القطاع، وذلك من أجل خلق قواعد قادرة على المنافسة سواء على المستوى الإقليمي أو على المستوى الدولي.

توصيات الدراسة:

من خلال النتائج المتوصل إليها في الدراسة، يمكننا طرح المقترحات والتوصيات التالية وذلك مساهمة كل منا في تطوير وتنمية قطاع السياحة بدول شمال إفريقيا في ظل التحديات التي تواجهها:

– تشجيع التعاون والشراكة بين دول شمال إفريقيا في القطاع السياحي وذلك من خلال مراجع قوانين الاستثمار في القطاع السياحي وجعلها أكثر مرونة لجلب المستثمرين. بالإضافة إلى تسريع وتيرة انجاز المشاريع السياحية المتوقفة.

– محاولة دول شمال إفريقيا الاستفادة من تجارب بعض البلدان العربية وخصوصا في مجال السياحة المستدامة والممارسات الخضراء، وقد بينت هذه التجارب أن ثقافة المجتمع وجودة الخدمات المقدمة وحسن الضيافة تعد عاملا مهما في زيادة استقطاب السياح وتنمية قطاع السياحة.

– ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة، إذ تعرف أسعار هذه الأخيرة غلاءاً فاحشا في الجزائر مثلا كأسعار الإيواء في الفنادق، وأسعار الوجبات المقدمة في المطاعم .

– الاهتمام الجاد بالإعلام السياحي من أجل التعريف والترويج الأمثل للمنتج السياحي ومحاولة استغلال التطور التكنولوجي الحديث في خدمة السياحة الوطنية كاستخدام شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وذلك لإعطاء السائح صورة واضحة ومسبقة عن المناطق السياحية في هاته المناطق.

– تفعيل دور الترويج والتسويق للسياحة في دول شمال افريقيا من خلال تبني تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة (NTIC) وإعداد الخرائط السياحية المرقمنة باستعمال نظام المعلومات الجغرافية (SIG) ووضعها على المواقع السياحية الالكترونية وخاصة مواقع وزارة السياحة.

– وضع برامج التأهيل والتدريب للموارد البشرية في المجال السياحي، تتلائم والمعايير المعمول بها دوليا ولا سيما ما تعلق منها بحسن الضيافة و الاستقبال التي يفتقد إليها العاملون في مؤسسات الإيواء السياحي. في دول شمال إفريقيا

– تحسين الخدمات السياحية الملائمة لتوقعات وأذواق السياح وتحسين خدمات النقل الجوي باحترام المواعيد وفتح باب المنافسة لشركات الطيران الدولي.

– تنويع المنتجات السياحية من خلال تنمية منتجات سياحية جديدة تتميز بها الجزائر والمغرب مثل سياحة الريف في الشمال وتشجيع السياحة الصحراوية كمنتوج سياحي تتمتع فيه الجزائر والمغرب بمزايا تنافسية في حوض البحر الأبيض المتوسط.

– تفعيل دور الجامعة من خلال الاستفادة من مخرجات البحث العلمي والبحوث التي تجريها المخابر في الميدان السياحي مع ضرورة إشراك الجامعة في عملية تكوين وتأهيل الموارد البشرية بإنشاء مدارس وطنية آو معاهد متخصصة أو فروع في الماستر المهني للتكوين السياحي والفندقي.

– ضرورة نشر ثقافة الوعي البيئي لدى هاته المجتمعات ومحاولة جعلها مجتمعات سياحية واعية ومتمكنة من احتضان الأنشطة السياحية وقادرة على الترويج لمنتوجاتها السياحية .

قائمة المراجع

1. أبركان فؤاد، **السياسة السياحية والتنمية في الجزائر –مثال ولاية بومرداس–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص رسم السياسات العامة، 2009–2010، ص 129.
2. اديب برهوم، تقويم كفاءة التسويق السياحي في سوريا، **مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية**، المجلد 29، العدد الثاني، 2007، ص5.
3. جليلة حسن حسنين، **دراسات في التنمية السياحية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 ، ص09 .

تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا، (ص ص: 1 – 18)
4. جليلة حسن حسنين، مرجع سابق الذكر، ص 26.
5. حبة نجوى، حبة وديعة، **الثقافة السياحية كأداة للنهوض بالاقتصاد السياحي الجزائري،** الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 09-10 مارس 2010، ص16
6. حسين كفافي، **رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية،** القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب 1991 ، ص15 .
7. حمزة درادكه، وآخرون، **السياحة البيئية Eco-Tourism**، مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، ص 38
8. خالد كواش، **السياحة مفهومها، أركانها وأنواعها،** الجزائر، دار التنوير، 2007، ص 22.
9. راتول محمد، زيان بروجة علي، تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال افريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015)، **مجلة اقتصاديات شمال افريقيا،** العدد الرابع عشر، 2017، ص 148.
10. الرحالة الكويتي على قناة النهار، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/01/03، على الساعة: 09:00، من الموقع الالكتروني: https://www.youtube.com/watch?v=c04TwOQezrs
11. رشام كهينة، قاسمي آسيا، **التجربة التونسية في مجال السياحة: الواقع أبعاد ورهانات،** الملتقى الوطني الأول: السياحة في الجزائر: الواقع والآفاق، 2010، ص ص 16-17.
12. ستيفن بيج، **إدارة السياحة،** تر: خالد العامري، القاهرة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، 2008، ص 26
13. سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار في التنمية الاقتصادية –دراسة حالة الجزائر، **مجلة البشائر الاقتصادية،** المجلد الثالث- العدد 02، جوان 2017، ص 14.
14. صلاح زين الدين، **دراسة لفرص تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر،** المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، كلية الحقوق، مصر، 26-27 أفريل 2016، ص 18.
15. الصندوق المغربي للتنمية السياحية(FMDT) : سيساعد هذا الصندوق في بناء ثقة المستثمرين وإعطاء دفعة قوية للمشروعات الكبرى التي تندرج في إطار رؤية 2020.
16. فضيل حضري، وهيبة بوربعين، التنمية السياحية المستدامة بالجزائر، **مجلة علوم الانسان والمجتمع،** العدد10، جوان 2014، ص 141
17. لخساف منى، **دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية،** مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص ص 143-146.
18. ماهر عبد الخالق السيسي، **صناعة السياحة الأساسيات والمبادئ،** القاهرة، مطابع الولاء الحديثة، ،2003 ص66.
19. محمد منير حجاب، **الإعلام السياحي،** مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص 21.
20. محي محمد مسعد، **الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي،** مصر، المكتب العربي الحديث، دون سنة نشر، ص 61
21. المخطط الأزرق: هو برنامج أطلقته وزارة السياحة العام 2001، وجاء هذا البرنامج بهدف جعل السياحة المغربية ركيزة أساسية للاقتصاد الوطني، ومن أجل تحقيق أهداف المخطط الذي يمتدّ العمل به في أفق 2020، تم إنشاء الهيئة المغربية للاستثمار السياحي.
22. المملكة المغربية، وزارة الاقتصاد والمالية، الإستراتيجية السياحية: رؤية 2020، تم الاطلاع بتاريخ 2017/12/28، على الساعة: 19:22، من الموقع الالكتروني: https://www.finances.gov.ma/ArMa/pages/strat%C3%A9gies/strat%C3%A9gie-du-secteur-du-tourisme--la-vision-2020
23. منال شوقي عبد المعطى أحمد، **محاضرات في التنمية السياحية،** دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2013، ص ص 9- 10.
24. ناصر عقيل الطيار، **أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية،** الرياض، مكتبة العبيكان، ط1 2006، ص 31.
25. نعيم الظاهر، سراب إلياس، **مبادئ السياحة،** عمان، دار ميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2001، ص29 .
26. نفس المرجع
27. وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/01/22، على الساعة: 20:35، من الموقع الالكتروني: http://www.tda.gov.eg/TDABrief/TDAStrategy-AR.aspx
28. وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ 2017/12/25، على الساعة: 22:34، من الموقع: http://www.tda.gov.eg

تحديات التنمية السياحية في دول شمال إفريقيا، (ص ص: 1 – 18)

29. المركز السياحي هو كيان متكامل ومتنوع تتوافر به كل مقومات المدنية وهي تتكامل وظيفيا فالنشاط الرئيسي والمتمثل في السياحة تخدمه مجموعة من الأنشطة والخدمات الفرعية (مدارس- خدمات تجارية- صحية- مستشفيات-مصانع...الخ).
30. يحي سعيدي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية : حالة الجزائر، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية**، العدد السادس والثلاثون، 2013، ص 101.

31. Abdelhadi alami, **le tourisme marocain l'eternel espoir** ,edition media, 2004
32. G.P lq zoto, **géographique du tourisme**, maison Paris, 1990, p13.
33. Gérard Guibilato, **Economie Touristique**, Ed. Delta et Spes, 1983, p10
34. République Algérienne démocratique et populaire, Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, le diagnostic : audit du tourisme algérien**, p 22-23.
35. République Algérienne démocratique et populaire, Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2, le plan stratégique : les 5 dynamique et les programmes d'action touristique prioritaires**, p 22.

---

[1]- نعيم الظاهر2001، سراب إلياس، **مبادئ السياحة**، عمان، دار ميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، ص29 .

[2]- خالد كواش، 2007، **السياحة مفهومها، أركانها وأنواعها**، الجزائر، دار التنوير، ص 22.

[3] -Gérard Guibilato, 1983, **Economie Touristique**, Ed. Delta et Spes, p10

[4]- محمد منير حجاب، 2002، **الإعلام السياحي**، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 21.

[5]- ماهر عبد الخالق السيسي، 2003**صناعة السياحة الأساسيات والمبادئ**، القاهرة، مطابع الولاء الحديثة، ، ص66.

[6]- G.P lq zoto, 1990, **géographique du tourisme**, maison Paris, p13.

[7]- حسين كفافي، 1991 ، **رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية**، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب ص15 .

[8]- محي محمد مسعد، **الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي**، مصر، المكتب العربي الحديث، دون سنة نشر، ص 61

[9]- ناصر عقيل الطيار، 2006، **أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية**، الرياض، مكتبة العبيكان، ط1 ص 31.

[10]- ستيفن بيج، 2008، **إدارة السياحة**، تر: خالد العامري، القاهرة: دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، ص 26

[11]- جليلة حسن حسنين، 2006 ، **دراسات في التنمية السياحية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص09 .

[12]- منال شوقي عبد المعطى أحمد، 2013، **محاضرات في التنمية السياحية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، ص ص 9- 10.

[13]- جليلة حسن حسنين، مرجع سابق الذكر، ص 26.

[14]- يحي سعيدي، 2013، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية : حالة الجزائر، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية**، العدد السادس والثلاثون، ص 101.

[15]- حمزة درادكه، وآخرون، **السياحة البيئية Eco-Tourism**، مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع، ص 38

[16]- صلاح زين الدين، 2016، **دراسة لفرص تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، كلية الحقوق، مصر، 26-27 أفريل، ص 18.

[17]- فضيل حضري، وهيبة بوربعين، 2014، التنمية السياحية المستدامة بالجزائر، **مجلة علوم الانسان والمجتمع**، العدد10، جوان ص 141

[18]– وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/01/22، على الساعة: 20:35، من الموقع الالكتروني:
http://www.tda.gov.eg/TDABrief/TDAStrategy-AR.aspx

[*]المركز السياحي هو كيان متكامل ومتنوع تتوافر به كل مقومات المدنية وهي تتكامل وظيفيا فالنشاط الرئيسي والمتمثل في السياحة تخدمه مجموعة من الأنشطة والخدمات الفرعية (مدارس– خدمات تجارية– صحية– مستشفيات–مصانع...الخ).

[19]– وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ 2017/12/25، على الساعة: 22:34، من الموقع:
http://www.tda.gov.eg

[20]– نفس المرجع

[21]– رشام كهينة، قاسمي آسيا، 2010،**التجربة التونسية في مجال السياحة: الواقع أبعاد ورهانات**، الملتقى الوطني الأول: السياحة في الجزائر: الواقع والآفاق، ص ص 16–17.

[22] -Abdelhadi alami, 2004**le tourisme marocain l'eternel espoir** ,edition media,

[23]– المخطط الأزرق: هو برنامج أطلقته وزارة السياحة العام 2001، وجاء هذا البرنامج بهدف جعل السياحة المغربية ركيزة أساسية للاقتصاد الوطني، ومن أجل تحقيق أهداف المخطط الذي يمتدّ العمل به في أفق 2020، تم إنشاء الهيئة المغربية للاستثمار السياحي.

[24]– لخساف منى، **دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية**، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002–2003، ص ص 143–146.

[25]– المملكة المغربية، وزارة الاقتصاد والمالية، الإستراتيجية السياحية: رؤية 2020، تم الاطلاع بتاريخ 2017/12/28، على الساعة: 19:22، من الموقع الالكتروني: https://www.finances.gov.ma/ArMa/pages/strat%C3%A9gies/strat%C3%A9gie-du-secteur-du-tourisme--la-vision-2020

[26]– الصندوق المغربي للتنمية السياحية(FMDT) : سيساعد هذا الصندوق في بناء ثقة المستثمرين وإعطاء دفعة قوية للمشروعات الكبرى التي تندرج في إطار رؤية 2020.

[27]- République Algérienne démocratique et populaire, Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre1, le diagnostic : audit du tourisme algérien**, p 22-23.

[28]- République Algérienne démocratique et populaire, Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, **le schéma directeur de l'aménagement touristique 2025, livre2, le plan stratégique : les 5 dynamique et les programmes d'action touristique prioritaires**, p 22.

[29]– أبركان فؤاد، **السياسة السياحية والتنمية في الجزائر –مثال ولاية بومرداس–**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص رسم السياسات العامة، 2009–2010، ص 129.

[30]– راتول محمد، زيان بروجة علي، 2017، تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال افريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007–2015)، **مجلة اقتصاديات شمال افريقيا**، العدد الرابع عشر، ص 148.

[31]– اديب برهوم، تقويم كفاءة التسويق السياحي في سوريا، **مجلة جامعة تشرين للعلوم الاقتصادية والقانونية**، المجلد 29، العدد الثاني، 2007، ص5.

[32]– الرحالة الكويتي على قناة النهار، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/01/03، على الساعة: 09:00، من الموقع الالكتروني: https://www.youtube.com/watch?v=c04TwOQezrs

[33]– سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار في التنمية الاقتصادية –دراسة حالة الجزائر، **مجلة البشائر الاقتصادية**، المجلد الثالث– العدد 02، جوان 2017، ص 14.

[34]– حبة نجوى، حبة وديعة، **الثقافة السياحية كأداة للنهوض بالاقتصاد السياحي الجزائري**، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، يومي 09–10 مارس 2010، ص16